

VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU
ODJEL MENADŽMENT
STRUČNI STUDIJ MENADŽMENTA
ŠIBENIK

ANTONIA BUCIĆ
**NP PAKLENICA U FUNKCIJI RAZVOJA AKTIVNOG
TURIZMA**
ZAVRŠNI RAD

Šibenik, rujan 2016.

VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU
ŠIBENIK

**NP PAKLENICA U FUNKCIJI RAZVOJA AKTIVNOG
TURIZMA**
ZAVRŠNI RAD

KOLEGIJ: Teorija i organizacija turizma
MENTOR: Mili Razović, doc.dr.sc.
STUDENT: Antonia Bucić
BR. INDEKSA: 14416131

Šibenik, rujan 2016.

NP PAKLENICA U FUNKCIJI RAZVOJA AKTIVNOG TURIZMA

ANTONIA BUCIĆ

Put Bucića 20, 23244 Seline, antonia.bucic19@gmail.com

Aktivni turizam je turizam koji kombinira avanturu, ekoturizam i kulturne aspekte, te za cilj ima kombinirati rekreaciju i obrazovanje.

Aktivni turizam i razvijanje tog oblika turizma predstavlja snažan potencijal za daljnji razvoj turizma u NP Paklenica i ostvarenja cilja svih organizacija i radnika u turizmu a to je produženje turističke sezone. Paklenica je idealna destinacija za ljubitelje hodanja i planinarenja.

Paklenica je i poznato europsko penjačko središte. Penjalište se nalazi na samom ulazu u kanjon Velike Paklenice gdje se stijene uzdižu i do 400m visine. Penjalište raspolaže s gotovo 400 penjačkih smjerova različitih težina i dužina, a sezona penjanja u Paklenici traje od ranog proljeća do kasne jeseni.

Sve ljepote Paklenice moguće je doživjeti jedino pješaćenjem, a upravo tome služi preko 150 km uređenih planinarskih staza.

(28 stranica / 6 slika / 0 tablica / 27 literaturnih navoda / jezik izvornika: hrvatski)

Rad je pohranjen u: Knjižnici Veleučilišta u Šibeniku

Ključne riječi: aktivni turizam, Paklenica, planinarenje, sezona

Mentor: Mili Razović, doc.dr.sc.

Rad je prihvaćen za obranu:

BASIC DOCUMENTATION CARD

Polytechnic of Šibenik

Final paper

Department of Management

Professional Undergraduate Studies of Management

NATIONAL PARK PAKLENICA IN THE DEVELOPMENT OF ACTIVE TOURISM

ANTONIA BUCIĆ

Put Bucića 20, 23244 Seline, antonia.bucic19@gmail.com

Active Tourism is tourism that combines adventure, ecotourism and cultural aspects, and it aims to combine recreation and education.

Active tourism and the development of this form of tourism represents a strong potential for further development of tourism in Paklenica and realize the aim of all the organizations and tourism workers and that is an extension of the tourist season. The Paklenica National Park is the ideal destination for those who love walking and climbing.

Paklenica is considered to be among the most famous European climbing centres. The climbing area is settled at very beginning of the canyon Velika Paklenica. The climbing site has over 400 climbing routes of various difficulty levels and lengths and the climbing season in Paklenica lasts from early spring until late autumn.

All the full beauties of Paklenica can be experienced only by hiking, and in recognition of this, over 150 km of hiking paths have been made.

(28 pages / 6 figures / 0 tables / 27 references / original in Croatian language)

Paper deposited in: Library of Polytechnic of Šibenik

Keywords: active tourism, Paklenica, climbing, season

Supervisor: Mili Razović, doc.dr.sc.

Paper accepted:

Sadržaj

1. UVOD	1
2. POJMOVNO DEFINIRANJE AKTIVNOG TURIZMA	2
2.1. Definiranje turizma općenito	2
2.2. Turizam kao privredna grana.....	3
2.3. Obilježja rada u turizmu kao djelatnosti.....	5
2.4. Društveni značaj i utjecaj turizma	5
2.5. Ekonomski značaj i uloga turizma.....	6
2.6. Definiranje aktivnog turizma.....	8
2.7. Obilježja aktivnog turizma	9
2.8. Širenje turističke ponude kroz aktivni turizam.....	10
3. UVJETI ZA PRUŽANJE TURISTIČKIH USLUGA.....	11
3.1. Turističko mjesto i oblici pružanja turističkih usluga	11
3.2. Oblici pružanja usluga smještaja i prehrane	12
3.3. Pojmovno determiniranje turističkog naselja	13
3.4. Turističko posredništvo – turističke agencije	14
4. RAZVOJ AKTIVNOG TURIZMA NA PRIMJERU NP PAKLENICA	17
4.1. Nacionalni park Paklenica.....	17
4.2. Razvoj aktivnog turizma na primjeru NP Paklenica	18
4.3. Penjanje i druge aktivnosti NP Paklenice.....	20
4.4. Perspektive aktivnosti unutar i izvan NP Paklenica	22
4.4.1. Unutar parka.....	22
4.4.2. Izvan parka.....	24
5. ZAKLJUČAK	27
LITERATURA	28

1. UVOD

Želja svih ljudi ja da žive udobno, sigurno, da svojoj djeci osiguraju ljepšu budućnost i zbog toga se svi trudimo da dovedemo svoj život do te razine. Turizam je značajna cjelina u gospodarstvu i ekonomiji Republike Hrvatske.

Turizam obuhvaća one odnose i pojave koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja na nekoj destinaciji. Turizam predstavlja putovanje ljudi te njihov duži ili kraći boravak u nekoj destinaciji koja nije mjesto njihova stalnog boravka. Da bi se taj boravak smatrao turističkim ne bi smio biti kraći od jednog dana, niti duži od jedne godine. Stoga se turizam u najširem smislu riječi može razumjeti kao skup raznolikih individualnih iskustava o odnosima koji nastaju povodom zadovoljavanja čovjekovih potreba, koje uobičajamo zvati turističkim.

Turizam je razvijen u brojnim nacionalnim parkovima i parkovima prirode što ćemo u ovom radu i obraditi te se dotaknuti aktivnog turizma u Nacionalnom parku Paklenica.

Tema ovog završnog rada je razvoj aktivnog turizma na primjeru NP Paklenica. Svrha rada je definirati pojmove turizma, organizacijske oblike pružanja turističkih usluga, te objasniti i definirati aktivni turizam na primjeru NP Paklenica.

2. POJMOVNO DEFINIRANJE AKTIVNOG TURIZMA

2.1. Definiranje turizma općenito

Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako sa takvim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost.¹

O pojmu turista bit će opširno napisano pri pregledu kategorije turista. Međutim, na ovom mjestu treba konstatirati da je pojam turista prije svega vezan za pojam putovanja, ali ne za sva, nego samo za putovanja koja su motivirana željom za odmorom ili zabavom u fizičkom i psihičkom smislu. Samo se takva putovanja mogu smatrati turističkim.

U turistička putovanja mogu se ubrojiti i ona koja su motivirana željom da se udovolje kulturne potrebe u smislu psihičke rekreacije. Znači, pri odredbi pojma turista treba imati u vidu sljedeća dva uvjeta:²

- putovanje koje omogućava privremeni boravak u mjestima van mjesta stalnog boravka,
- da je ta promjena mjesta boravka uvjetovana željom za odmorom i zabavom u fizičkom i psihičkom smislu.

Polazeći od ovoga, u izučavanju turizma trebaju se primijeniti sljedeće znanstvene cjeline i discipline: ekonomija, psihologija, sociologija, organizacija rada, statistika i matematika, geografija, povijest, antropologija, etnologija, povijest umjetnosti, medicina, tehnološke znanosti itd.

Turist, kao potrošač turističkih usluga, može teorijski se može definirat kao „privremeni posjetitelj“ koji se nalazi u mjestu izvan svoga mjesta stalnog boravka najmanje 24 sata, s tim što je promjena mjesta njegovog boravka motivirana ovim razlozima:³

- željom za fizičkim i psihičkim odmorom,
- željom za opuštanjem i zabavom,

¹ S. Marković – „Osnove turizma“, Školska knjiga, Zagreb, 1970., str. 17.

² Čavlek N. , Bartoluci M. , Prebežac D. , Kesar O. , (2010.) - Turizam , Ekonomske osnove i organizacijski sustav, str. 55.

³ Čavlek N. , Bartoluci M. , Prebežac D. , Kesar O. , (2010.) - Turizam , Ekonomske osnove i organizacijski sustav, str. 56.

- željom za stjecanjem znanja putem upoznavanja kulturnog i povijesnog nasljeđa određenih zemalja ili mjesta (ovdje nisu uključeni studenti i učenici u stranim zemljama ili mjestima, kao ni osobe na specijalizaciji u inozemstvu) i upoznavanjem prirodnih ljepota,
- zdravstvenim razlozima (preventivna zdravstvena zaštita) koji su uvjetovani korištenjem klimatskih lječilišta ili odmarališta.

Turizam je danas uvjetovan svjetskim načinom života među globaliziranim sredinama i modernog trenda života, suvremenih iziskivanja u poslovanju te mjerom odmora u vidu turizma i turističkih putovanja diljem svijeta.

2.2. Turizam kao privredna grana

Imajući u vidu specifičnosti turizma kao djelatnosti sa aspekta njezine heterogenosti, u djelu grupe eminentnih autora iz Meksika „El Turismo como medio de Communication Humana“ piše sljedeće:

Turizam se može definirati kao kombinacija odnosa, usluga i ostalih pogodnosti koje koriste turisti, stvorenih iz potrebe za privremenim premještanjem ljudi.⁴

U skladu sa naprijed navedenim, smatramo da turistički agregat ili sistem sačinjavaju sljedeći čimbenici:⁵

- C1 - prijevozna sredstva: avioni, automobili, željeznice, pomorski i riječni brodovi itd;
- C2 - objekti za smještaj i prehranu: hoteli, moteli, pansioni, privatna domaćinstva itd.
- C3 - putničke agencije;
- C4 - turistički vodiči;
- C5 - ostali objekti za prehranu turista;
- C6 - prodavaonice za prodaju specifičnih proizvoda koje kupuju turisti (suveniri i sl);

⁴ S. Marković – „Osnove turizma“, Školska knjiga, Zagreb, 1970., str. 29.

⁵ Čavlek N. , Bartoluci M. , Prebežac D. , Kesar O. , (2010.) - Turizam , Ekonomske osnove i organizacijski sustav, str. 57.

- C7 - proizvođači specifičnih turističkih artikala i suvenira;
- C8 - folklorna umjetnost;
- C9 - razni oblici i organizacijske forme osiguranja zabave

U okviru svakog od navedenih elemenata agregata ili sustava može se obaviti dalja klasifikacija, kao na primjer: $C1 = A1, A2, A3, \dots, A_n$.

To znači da se svaka od pojedinačnih aktivnosti koje sačinjavaju turistički agregati ili sistem sastoji od velikog broja homogenih podgrupa ili podsistema. Turizam je raznorodna privredna djelatnost, koja se sastoji iz različitih privrednih i neprivrednih aktivnosti, a sve zajedno sudjeluju u zadovoljenju potreba domaćih i stranih turista. Osnovu turističke privredne djelatnosti čine: ugostiteljstvo, prometnice, turističke i putničke agencije, trgovina na malo, zanatstvo i razne vrste komunalnih djelatnosti.⁶

Od neprivrednih djelatnosti treba istaknuti kulturno-umjetničke, sportske i druge aktivnosti, zatim rad raznih turističkih organizacija i organa na regionalnom, nacionalnom i međunarodnom planu, koje na direktan ili indirektan način sudjeluje u formiranju turističke ponude.⁷

Znači, turizam ne predstavlja posebnu privrednu djelatnost, kao što je to slučaj sa ostalim privrednim djelatnostima (industrijom, poljoprivredom, trgovinom, prometno, zanatstvom itd.) i ne postoje mogućnosti za striktno kvalitativno i kvantitativno determiniranje turističke privrede kao zasebne i neovisne cjeline.

Ovu karakteristiku turizma posebno treba imati u vidu pri postavljanju osnova turističke politike, planiranju razvoja turizma i određivanju strukture investicijskih ulaganja u ovu privrednu djelatnost, zatim pri određivanju karaktera rada ove djelatnosti sa stajališta njezine proizvodnosti i uloge u formiranju i raspodjeli društvenog proizvoda i nacionalnog dohotka.

⁶ Čavlek N. , Bartoluci M. , Prebežac D. , Kesar O. , (2010.) - Turizam , Ekonomske osnove i organizacijski sustav, str. 63.

⁷ Križman Pavlović D. - (2008.) - Marketing turističke destinacije 1991., str. 95.

2.3. Obilježja rada u turizmu kao djelatnosti

Turizam se sastoji iz većeg broja privrednih i neprivrednih djelatnosti, koje sve zajedno sudjeluju u podmirenju potreba domaćih i stranih turista. Prema tome, u analizi karaktera rada ove djelatnosti, sa stajališta njezine proizvodnosti, može se u osnovi poći od analize karaktera rada, najvažnijih privrednih djelatnosti, koje direktno sudjeluju u podmirenju potreba turista (ugostiteljstvo, promet, trgovina, turističke organizacije - putničke i turističke agencije i sl. razne vrste komunalnih djelatnosti i obrti te poduzeća).⁸

Turističke organizacije - (putničke agencije i ostale) u cjelini predstavljaju djelatnosti koje pružaju osobne usluge turistima, drugim privremenim posjetiteljima i lokalnom stanovništvu. Kao takva, ova djelatnost nema proizvodni karakter i ne bi se mogla smatrati stvarateljem društvenog proizvoda i nacionalnog dohotka.

2.4. Društveni značaj i utjecaj turizma

Osnovni motivi turističkih putovanja u okviru rekreacije vezani su i za željom da se upozna kulturno i povijesno nasljeđe određenih zemalja i regija. Isto tako, oni su vezani za razne vrste obrazovnih potreba, upoznavanje navika, običaja i uvjeta života stanovništva drugih zemalja i krajeva, upoznavanje sa tehničkim dostignućima itd. znači, u osnovi se radi o motivima koji turizmu daju pečat društvenog i političkog fenomena.

Kada je riječ o društvenom značaju turizma, imaju se u vidu razni utjecaji koje turizam obavlja u ovoj sferi. A to su: kulturni obrazovni, zdravstveni, bolje razumijevanje među ljudima iz različitih zemalja itd.

Što se tiče značaja turizma za kulturu, treba istaknuti da se veliki broj turista uključuje u turistička putovanja motiviran željom da upozna povijesno i kulturno naslijeđe drugih zemalja i krajeva, kao i dostignuća iz raznih oblasti umjetnosti u tim zemljama. Zbog toga veliki broj turista i posjećuje muzeje, povijesne spomenike, umjetničke galerije, umjetničke festivale i slično. Time se stvaraju uvjeti za bolje razumijevanje među ljudima iz različitih zemalja, sa različitim kulturama i povijesnim nasljeđem.

⁸ Petrić L. (2011.) - Upravljanje turističkom destinacijom, str. 34.

Potrebno je istaknuti još i to da se zbog toga posebno vodi briga o kulturnom i povijesnom naslijeđu zemalja i krajeva, što je u velikoj mjeri uvjetovano željom da se stimuliraju strani turisti da dođu u te zemlje i krajeve.

Pokraj spomenutog značaja turizma za kulturu, potrebno je istaknuti i njegov utjecaj na izobrazbu stanovništva koje se uključuje u turističke tijekove.

Međutim, i u ovom slučaju je moguć šira domena utjecaja turizma. Putujući u druge zemlje i krajeve, turisti se bliže upoznaju i sa geografskim, klimatskim, antropološkim, socijalnim i ostalim uvjetima u kojima živi stanovništvo tih područja. Na taj način se povećava opća kulturna razina turista. Time se ujedno stvaraju uvjeti za bolje razumijevanje među ljudima iz različitih krajeva svijeta i povećava broj onih koji žele trajni mir u svijetu.

Prijenosom pozitivnih navika i običaja iz jednih zemalja u druge može se također svrstati u domenu značaja turizma sa kulturnog i obrazovnog aspekta. Na kraju treba istaknuti i to da turizam, koji u osnovi omogućuje rekreaciju stanovništva u fizičkom i psihičkom smislu, obavlja značajan utjecaj na poboljšanje zdravstvene i radne sposobnosti stanovništva. Međutim, postoje i negativne pojave koje su rezultat prometa turista, tj. u određenim slučajevima, strani turisti donose sa sobom i negativne navike i običaje u konkretnu zemlju i turističko mjesto (kocka, prostitucija, razvijanje nedopuštene trgovine, pojava raznih vrsta droga i slično).

2.5. Ekonomski značaj i uloga turizma

U osnovi ekonomskog značaja turizma nalazi se potrošnja turista u mjestima koja posjećuju. Novac koji su turisti zaradili u mjestima svog stalnog boravka troši se u turističkim mjestima. Kao rezultat ove njihove potrošnje, nastaju određeni ekonomski efekti na privredu, kako zemlje i područja iz kojeg turisti dolaze, tako i onih zemalja i mjesta koja turisti posjećuju. Ne podcjenjujući značaj prvog aspekta, tj. utjecaja potrošnje turista na privredu zemlje i područje gdje se nalazi njihovo stalno mjesto boravka, ipak će se pri analizi utjecaja turizma sa ekonomskog stajališta imati u vidu prije svega ovaj drugi aspekt, tj. ekonomski efekti potrošnje turista na privredu konkretnih turističkih zemalja i područja. Prema tome, može se konstatirati da turistička potrošnja vrši direktne i indirektne efekte na privredu.

Od direktnih utjecaja koje turizam vrši na privredu, najvažniji su:⁹

- utjecaj na društveni proizvod i nacionalni dohodak;
- utjecaj na razvoj privrednih djelatnosti koje sačinjavaju turističku privredu;
- utjecaj na platnu bilancu zemlje;
- utjecaj na zaposlenost stanovništva i razinu životnog standarda;
- utjecaj na investicijsku aktivnost i strukturu investicija;
- utjecaj na brži razvoj nedovoljno razvijenih zemalja.

Pored izravnog, posebnu pozornost zaslužuje i neizravan utjecaj turizma na privredu. Naime, turistička potrošnja koja se neposredno realizira u djelatnostima turističke privrede ima reperkusije na manje-više sve privredne i neprivredne djelatnosti.

Sa stajališta razvoja turizma, potrebno je težiti osiguranju kvalitetne turističke usluge u cjelini, jer to osigurava i optimalno zadovoljenje potreba domaćih i stranih turista, s jedne strane, kao i ostvarenje povoljnih ekonomskih rezultata poslovanja sudionika u zadovoljenju turističkih potreba, s druge strane.

Polazeći od značaja kompleksnog promatranja turističke usluge, neovisno od toga gdje se i kada turistima pruža, u posljednje vrijeme poseban značaj i smisao dobiva tzv. „paket“ turističkih usluga. Njegova suština je upravo u tome da turistima osigura jedinstvenu i kvalitetnu turističku uslugu, koja u sebi sadrži sve unaprijed navedene usluge koje se turistima pružaju u mjestima njihovog stalnog boravka, u procesu prijevoza i u turističkom mjestu gdje privremeno borave. Za ovu jedinstvenu uslugu putničke agencije, prometne i druge organizacije koje se javljaju kao ponuđači paketa usluga, formiraju jedinstvenu prodajnu cijenu.

⁹ A. Bazala: „Istraživanja tržišta u funkciji udruženog rada“, Progress, Zagreb, 1978., str. 56.-57.

2.6. Definiranje aktivnog turizma

Pod konceptom aktivnog turizma podrazumijeva da uz sve veće podizanje svijesti o štetnosti i sezonalnosti masivnog turizma u RH potrebno je raditi na oblicima turizma koji toliko ne ovise o vremenskim prilikama a razvijaju infrastrukturu u skladu s zaštitom prirode. Jedan od takvi oblika turizma je i aktivni turizam često nazivan i avanturistički turizam.¹⁰

Unatoč brojnim pokušajima da se definira pojam "avanturistički turizam", konsenzus ostaje da točna definicija tog oblika turizma nedostaje u akademskoj zajednici no kako se granice znanja šire tako i broj predloženih definicija i konceptualizacija raste.

Prijedlog koji usvaja svježju perspektivu utvrđivanjem stanja uma pojedinca kao 5 središnji čimbenik u stvaranju 'aventure' smatra avanturistički turizam iskustvom koje:¹¹

1. će biti pojačano od strane prirode te će izazvati niz emocija (od kojih će uzbuđenje biti ključ) te će osobu odvojiti od njene svakodnevnice ,
2. podrazumijeva intelektualne, fizički i emocionalne rizike i izazove te
3. pruža mogućnosti za uživanje , učenje i samoostvarenje

Za svaki oblik aktivnog turizma potrebno razviti kvalitetnu ponudu koja će motivirati ciljni segment turista da posjete određenu destinaciju smatraju da su motivi veoma različiti, a s tim u vezi razlikuju se i potrebe turista na putovanjima i u mjestima privremenog boravka. Upoznajući motive, potrebno je strukturirati i odgovarajuću ponudu koja prati i omogućava zadovoljenje tih motiva.¹²

Prema istraživanju koje su proveli najčešće sredstvo podjele između različitih aspekata tog raznolikog tržišnog segmenata je podjela na "Hard" - "Teško" i "Soft" - "Lako". Teške aktivnosti odnose se na aktivnosti s visokom razinom rizika koje zahtijevaju intenzivnu predanost i napredne vještine jer predstavljaju određenu vjerojatnost za ozljeđivanje.¹³

Takve aktivnosti zahtijevaju vještine snalaženja u opasnim situacijama gdje sudionici obično povezani u timu s ciljem boljeg i sigurnijeg savladavanja prepreka.

¹⁰ Schott C. , (2007.) - Selling Adventure Tourism: a Distribution Channels Perspective, str. 12.

¹¹ Bedeković V. , (2013.) - Selektivni vidovi i oblici kulturnog turizma, str. 51.

¹² Luković T. , (2008.) "Selektivni turizam, hir ili znanstveno istraživačka potreba, Acta turistica ", str. 14.

¹³ Luković T. , (2008.) "Selektivni turizam, hir ili znanstveno istraživačka potreba, Acta turistica ", str. 16.

Neke od laganih aktivnosti: promatranje flore i faune, orijentacijsko kretanje (trčanje) , ronjenje, ribolov, biciklizam, rafting, zipline, jahanje na konjima / terapijsko jahanje , jedrenje, surfanje na dasci, kiteboarding, paddleboarding, bungee jumping, airsoft & paintball, branje maslina te branje grožđa.

2.7. Obilježja aktivnog turizma

Aktivni turizam je otporan i ima tendenciju rasta čak i u lošoj ekonomskoj situaciji. Turisti koji putuju radi obavljanja soft / lakih aktivnosti predstavljaju najbolje potrošače među turistima. Osobe koje se bave raznim aktivnostima i spadaju u aktivne turiste troše nezanemarive količine novca na potrebnu opremu dok globalno tržište aktivnog turizma vrijedilo je preko 89 milijardi dolara 2010. dok 2014. vrijedi 263 milijarde dolara. " (UNWTO , 2014.) .¹⁴

Aktivni turisti dobri su potrošači, on pokušava privući turiste veće platežne moći te se razvijanje aktivnog turizma čini kao dobra ideja jer prema obje teške i lake avanture predstavljaju su vrlo unosan segment avanturističkog turizma. Trošak samo za dozvolu za penjanje na vrh Mt. Everest, procjenjuje se da iznosi 11.000 USD po osobi za 2015 godinu. Kad svi drugi troškovi nadodaju, kao što su trening, nosači, aviokarte i takse, vodiči i itd., prosječni ukupni trošak za osvajanje vrhu Mt. Everest iznosi oko 48.000 USD po osobi.

Komercijalna pustolovna putovanja raznih agencija i turoperatora koji nude lake pustolovne aktivnosti naplaćuju u prosjeku 308 dolara po danu u 2013. te ostvaruju boravak s prosječnom dužinom od 8,8 dana. Prosječni trošak laganog avanturističkog izleta bio je 2.710 USD po osobi, a ne uključujući cijenu leta. Osim teških ili laganih pustolovnih aktivnosti, postoje i različite vrste pustolovnih turista. Za primjer, avanturisti entuzijasti, poput kajakaša, biciklista, ili promatrača ptica, postaju sve više vještiji na otvorenom prostoru ili razvijaju sportske vještine.

Ovi entuzijasti opisani kao strastveni ljubitelji određenog sporta ili aktivnosti, nastojali su nastaviti iste aktivnosti i nakon putovanja, tražeći nove i uzbudljive destinacije.

Aktivni turizam prakticira i podržava prakticiranje održivih postupaka zaštite okoliša . To je zato što oni znaju da bez netaknute prirodne okoline i smislenih kulturnih iskustava , njihova odredišta će izgubiti svoju konkurentnost , te će ti turisti ići negdje drugdje.¹⁵

¹⁴ Petrić L. (2011.) - Upravljanje turističkom destinacijom, str. 53.

¹⁵ Bedeković V. , (2013.) - Selektivni vidovi i oblici kulturnog turizma, str. 55.

2.8. Širenje turističke ponude kroz aktivni turizam

Kroz ovaj rad pokušati će se utvrditi ima li NP Paklenica potencijal biti nositelj razvoja aktivnog odmora što se i očekuje od njega zbog svojeg položaja ali i reljefne raznolikosti. Promatranjem drugih destinacija kroz case study-e može se utvrditi da se kroz prizmu razvijanja aktivnog turizma ulaže u razne staze (pješačke ili biciklističke) te u uređenje brojnih penjališta ili paintball/airsoft poligona te se na taj način osigurava postojanje tih sadržaja tijekom cijele godine kako bi se svi zainteresirani mogu koristiti njima, uključujući naravno i lokalno stanovništvo.

Osim toga može se i primijetiti da je potrebno sadržaje koncipirati na način da ukoliko neki od tih sadržaja nije u funkciji, stavljanje u funkciju bude jednostavno i da ne zahtjeva veliki trošak vremena i novca.

U suradnji s lokalnom samoupravom i raznim sportskim udrugama ili savezima postoji potreba da se kroz mogućnost održavanja raznih festivala i događanja (razna planinarska okupljanja, trekking utrke, paintball&airsoft turniri ili biciklističke utrke) ostvari cilj privlačenja turista. Cilj razvoja aktivnog turizma na području NP Paklenice trebao bi biti smanjenje ovisnosti o vremenskim prilikama te produženje turističke sezone kroz izgradnju sadržaja za razvoj aktivnosti kojima se moguće baviti cijelu godinu ili barem većim dijelom.

3. UVJETI ZA PRUŽANJE TURISTIČKIH USLUGA

3.1. Turističko mjesto i oblici pružanja turističkih usluga

Najveći obujam turističkih usluga domaćim i stranim turistima pruža se u turističkim mjestima. Na ovome je angažiran veliki broj privrednih i neprivrednih djelatnosti. Kao turistička mjesta u širem smislu smatraju se ona za turiste naročito privlačna mjesta, što ih oni posjećuju u većem broju i u tijeku više godina, obično u istim periodima, a koja svojim naročitim uređenjem i opremljenošću omogućavaju kako prihvata i boravak turista, tako i ostvarenje znatnog dijela svog dohotka.

Turističkim mjestima u užem smislu smatraju se naselja, bez obzira na veličinu, kod kojih je u sezoni tako osjetan priljev turista, da oni privremen sačinjavaju značajan dio stanovništva određenog mjesta te koja su naročito zainteresirana za turističku privredu, a to znači da znatan dio njihovog stanovništva temelji svoju egzistenciju na turizmu.

Direktnim turističko-receptivnim kapacitetima smatraju se:¹⁶

- objekti za smještaj turista, odnosno hotelijerstvo;
- ugostiteljske radionice, koje turistima pružaju prehranu, piće i zabavu;
- trgovine;
- sredstva komunalnog prometa;
- objekti koji pridonose bogatijem i raznovrsnijem sadržaju boravka
- poštanski i telekomunikacijski uređaji;
- turistički zavodi i druge odgovarajuće službe turističkih organizacija;

U indirektnu receptivnu kapacitete po pravilu se ubrajaju:

- parkovi, šetnice, obalni putovi, vidikovci i sl.;
- javni ukrasni objekti (fontane, skulpture i sl.);
- unutarne (mjesne) ceste, putovi, javna parkirališta, mala pristaništa i sl.;

¹⁶ Petrić L. (2011.) - Upravljanje turističkom destinacijom, str. 67.

- vodoopskrba, a naročito uređaji za iluminaciju raznih znamenitosti i sl.;
- kanalizacijski uređaji i dr.“¹⁷

S obzirom na to da veliki broj receptivnih kapaciteta na direktan ili indirektan način sudjeluje u zadovoljenju potreba domaćih i stranih turista, važno je osigurati kvantitativno određivanje značaja pojedinih od njih i koordinaciju u njihovom funkcioniranju, jer od sinkronizacije njihovog djelovanja ovisi u mnogome i kvaliteta turističke usluge konkretnog turističkog mjesta u cjelini.

U krajnjoj liniji, to određuje i položaj tog mjesta na tržištu turističkih usluga. Zbog toga sva turistička mjesta ovom pitanju poklanjaju izuzetnu pozornost, a osiguravaju se i odgovarajuće organizacijske forme u cilju što uspješnijeg realiziranja ovog zahtjeva.

3.2. Oblici pružanja usluga smještaja i prehrane

Kapaciteti za smještaj i prehranu turista najznačajnije utječu na obujam turističkog prometa u danom turističkom mjestu. Zbog toga se objektima za smještaj i prehranu turista poklanja izuzetna pozornost. Privredna djelatnost koja osigurava pružanje usluga smještaja i prehrane naziva se ugostiteljstvo. U literaturi, kao i u cjelini praktičnih razmatranja, mogu se naći i stavovi koji identificiraju ugostiteljstvo sa turizmom, zbog već istaknutog značaja ugostiteljstva za razvoj turizma određenog mjesta. Ovo se ne bi moglo prihvatiti, jer ugostiteljstvo predstavlja samo jednu od djelatnosti turističke privrede.

Međutim, odmah treba istaknuti i to da ugostiteljstvo, čiji je predmet poslovanja pružanje smještaja, proizvodnja hrane i pripremanje pića, tj. pružanje usluga prehrane, nema u cjelini jednak značaj za razvoj turizma, jer ono pruža usluge i domaćem stanovništvu i turistima. Znači, turističko ili tzv. sezonsko ugostiteljstvo, koje je uglavnom orijentirano na zadovoljavanje potreba turista, radi odlučujući utjecaj na razvoj turizma. Iako je osnovni predmet djelatnosti ugostiteljstva pružanje usluga smještaja i prehrane, činjenica je da najveći broj ugostiteljskih objekata, posebno onih koji su namijenjeni smještaju turista, uključuje u svoju osnovnu djelatnost i razne usluge za zabavu i razonodu gostiju, pružanje potrebnih informacija i organiziranje pružanja raznih drugih neophodnih usluga (promjena stranih sredstava plaćanja, prodaja suvenira, poštanskih vrijednosti i razglednica, pranje, peglanje,

¹⁷ A. Bazala: Istraživanja tržišta u funkciji udruženog rada, Progress, Zagreb, 1978., str. 78.

čišćenje obuće i odjeće za goste, prijevoz gostiju i prtljaga, iznajmljivanje rekvizita za rekreaciju i slično, garažiranje i održavanje itd.). U posljednje vrijeme se uočava tendencija daljnjeg proširenja djelatnosti određenih objekata za smještaj, posebno hotela, sa stajališta želje da se što uspješnije zadovolje raznovrsne potrebe turista.

3.3. Pojmovno determiniranje turističkog naselja

U osnovi predstavlja noviji vid objekata za smještaj, a nastalo je kao rezultat zahtjeva turista za rekreacijom na bazi direktnog kontakta s prirodom i relativno kvalitetnom uslugom smještaja. Preteče su im kampovi, s tim što je smještaj u ovakvim objektima daleko kvalitetniji nego u kampovima. Pored usluga smještaja, turističko naselje pruža usluge prehrane i ostale potrebne usluge. Znači, postoje uvjeti ne samo za kolektivni život (prehranu, zabavu, sport itd.) nego i za individualni odmor, jer se rasporedom objekata u naselju stvaraju povoljni uvjeti i za nesmetan odmor sa stajališta osobnog mira. Ovisno o kvaliteti, tj. stupnja udobnosti, turistička naselja se obično svrstavaju u pet osnovnih kategorija.

Ekonomski uvjeti boravka u kampovima, tj. cijene usluga, daleko su povoljniji u odnosu na ostale objekte za smještaj. To je značajno utjecalo da veliki broj turista koristi baš ovaj oblik smještaja. Međutim, to ne znači da ovaj oblik smještaja ne koriste i turisti sa većim ekonomskim mogućnostima u želji da uspostave direktan kontakt sa prirodom. I pored toga što postoji više različitih tipova kampova, svima je svojstveno da turistima osiguraju određeni prostor na kome gosti imaju uvjete za privremeni boravak koristeći svoju ili iznajmljenu opremu. U kampovima su osigurani potrebni higijenski i sanitarni uvjeti i neophodne usluge za normalan privremeni boravak u kampu. Motorizirani turisti su najčešće korisnici usluga ovog oblika smještaja, te zbog toga postoje i posebni kampovi koji se nazivaju autokampovi, jer imaju sve potrebne uvjete prilagođene zahtjevima privremenog boravka motoriziranih turista.

Što se tiče postoje iznimne razlike između udjela pojedinih oblika i kategorija objekata za smještaj u pojedinim turističkim zemljama i turističkim mjestima, treba reći da u tom pogledu postoje velike razlike. Na to utječe veliki broj objektivnih i subjektivnih čimbenika, prema kojima su najvažniji sljedeći:¹⁸

¹⁸ Križman Pavlović D. , (2008.) - Marketing turističke destinacije, str. 78.

- karakteristike društveno-ekonomskih odnosa u danoj turističkoj zemlji, jer utječu na udio društvenog odnosa privatnog sektora, a preko njega na tipove i kategorije objekata za smještaj
- vrsta turističkog mjesta i karakteristika njegove lokacije;
- konfiguracija zemljišta i djelovanje ostalih prirodnih faktora na izgradnju odgovarajućih objekata za smještaj;
- razina opće razvijenosti turizma u danoj turističkoj zemlji, odnosno mjestu;
- akumulativne sposobnosti privrede turističke zemlje ili mjesta u odnosu na mogućnosti odvajanja sredstava za izgradnju objekata za smještaj u određenom periodu;
- zahtjevi sadašnjih i potencijalnih turista itd.

Turističko mjesto kao nositelj turističke ponude nije u mogućnosti oblikovati sustav koji može zadovoljiti novim zahtjevima turističke potražnje.¹⁹ Kako je suvremena potražnja heterogena zahtjeva različite elemente koje turističko mjesto ne može ponuditi. Kako bi turistička ponuda bila konkurentna potrebno je oblikovati set različitih atrakcija turističke destinacije.

3.4. Turističko posredništvo – turističke agencije

Djelatnost turističkog agenta vrlo je složena. Povijesno, turistički agent obavljao je posredničku djelatnost koja se sastojala, uglavnom, u tome da se klijentima osiguraju prijevozne karte svih vrsta, hotelske rezervacije, mjesta za ekskurzije, obilazak gradova, muzeja itd.

Neprimjetno, toj drugorazrednoj djelatnosti dodana je prvorazredna djelatnost - organiziranje putovanja i boravka. Ova putovanja i boravci bili su u početku organizirani na zahtjev klijenata, a zatim, malo po malo, unaprijed - pod imenom „package tour“, osigurali su definitivni uspjeh putničkih agencija.

¹⁹ Dulčić A. : Upravljanje razvojem turizma, Mate, Zagreb, 2001.

Turističku agenciju moguće je definirati kao subjekt koji usluge trećih subjekata, koje su (usluge) potrebne za putovanje i boravak, posreduje turistima ili te usluge nudi u posebnim kombinacijama kao nove vlastite usluge²⁰.

Turistička agencija, prema Zakonu o pružanju usluga u turizmu je trgovačko društvo, trgovac pojedinac, obrtnik ili njihova organizacijska jedinica koja pruža usluge organiziranja putovanja ili posredovanja usluga vezanih uz putovanje i boravak turista. U Spomenutom Zakonu nabrojene su i usluge koje turističke agencije mogu pružati svojim klijentima.

Kao što se vidi, iako je posrednička uloga turističkog agenta i dalje značajna, ona se proširuje obavljanjem poslova iz ostalih djelatnosti turističkog prometa, kao što su pružanje usluga prijevoza, smještaja, prehrane, organiziranja raznih oblika zabave i razonode itd.

Polazeći od šireg sadržaja djelatnosti putničkih agencija, njihove usluge se mogu svrstati u četiri najvažnije grupe:²¹

- posredovanje u realiziranju turističkih putovanja u užem smislu, sa stajališta pribavljanja putnih isprava i osiguranja usluga vezanih za putovanje i boravak turista, koje treba raditi treća osoba;
- organiziranje tzv. paušalnih putovanja;
- informativno-savjetodavne usluge u vezi sa putovanjem i boravkom (davanje besplatnih usmenih ili pismenih informacija sadašnjim i potencijalnim turistima);
- ostale prateće usluge (prodaja suvenira i drugih proizvoda neophodnih za zadovoljenje potreba turista, kao i obavljanje nekih usluga iz domena zadovoljenja potreba turista - usluga autoservisa i sl.).²²

Prva grupa usluga turističkih agencija, koja se odnosi na njihovu posredničku ulogu u realiziranju turističkih putovanja, obuhvaća sljedeće usluge:²³

- osiguranje putnih isprava za putovanje, tj. putovnica i viza;
- prodaja karata turistima za prijevoz raznim prometnim sredstvima,

²⁰ Klatt i Fischer, 1961:17,

²¹ Senečić J. , Kobašić A. (1989.) - Marketing u turizmu, Školska knjiga, Zagreb, str. 79.

²² Čavlek N., Turizam; ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011.

²³ Senečić J. , Kobašić A. (1989.) - Marketing u turizmu, Školska knjiga, Zagreb, str. 74.

- prodaja posebnih dokumenata od vrijednosti, kao što su „vaučeri“ na osnovu kojih turisti mogu za vrijeme svog boravka u turističkim mjestima koristiti usluge smještaja, prehrane i sl.;
- izdavanje i isplata putničkih čekova, kreditnih pisama, organiziranje mjenjačke službe itd.;
- pribavljanje raznih vrsta polica osiguranja turista za vrijeme putovanja

Paušalnim putovanjem smatra se takav skup usluga koji obuhvaća i put i boravak, a uz to često još i veći ili manji broj drugih usluga tijekom puta ili boravka u turističkom mjestu, a to se sve nudi ili prodaje samo u cjelini, i to uz jednu skupnu ili paušalnu cijenu. Po pravilu klijent plaća cijelo putovanje unaprijed i ne treba računati sa nekim iznenađenjem u vezi s troškovima iz ponuđenog putovanja.

U ovom slučaju turističke agencije se ne javljaju samo u ulozi posrednika, već također i u ulozi organizatora putovanja, jer turističke agencije kombiniraju usluge raznih organizacija turističke privrede sa uslugama koje direktno pruža konkretna turistička agencija. Znači, u ovom slučaju se turistička agencija javlja i kao prijevoznik, odnosno organizacija koja pruža usluge smještaja i prehrane i sl. Skupine paušalnih putovanja obuhvaćaju putovanja koja se organiziraju na osnovu želja klijenata (individualna ili grupna) kao i ona koja se organiziraju na osnovu prethodno pripremljenog programa putovanja.

Izuzetan značaj za razvoj turizma imaju ona paušalna putovanja koja se organiziraju na bazi prethodno pripremljenog programa putničkih agencija. Kao dobar poznavatelj mogućnosti turističke potražnje i uvjeta turističke ponude, putnička agencija u ovom slučaju osigurava relativno povoljne cijene aranžmana za određeni „paket usluga“ (obuhvaća sve usluge vezane za konkretno turističko putovanje).

Uz to, velike putničke agencije mogu raspolagati i vlastitim prijevoznim sredstvima (autobusima, avionima, brodovima), hotelima i sl. U tom slučaju se djelomično javljaju u ulozi organizacije turističke privrede na strani ponude. Po ovom osnovu putničke agencije mogu isto tako da iznajmljivati prijevozna sredstva drugih poduzeća za organiziranje određenih programa paušalnih putovanja i slično.

Na kraju treba istaknuti još i to da su putničke agencije na taj način omogućile velikom broju potencijalnih turista da se uključe u šira turistička kretanja. Da nije takve uloge putničkih agencija ova putovanja bi bila nedostižna za veliki broj potencijalnih turista.

4. RAZVOJ AKTIVNOG TURIZMA NA PRIMJERU NP PAKLENICA

4.1. Nacionalni park Paklenica

Nacionalni park Paklenica obuhvaća područje bujičnih tokova Velike i Male Paklenice, odnosno njihove prepoznatljive kanjone okomito urezane u južne padine planine Velebit te širi okolni prostor. Na relativno malom području susreće se iznimno bogatstvo geomorfoloških pojava i oblika, raznolik biljni i životinjski svijet, atraktivni krajolici i netaknuta priroda.

U njedrima skriva raskošno podzemlje ljepote kojega najbolje dočarava špilja Manita peć. Orhideje i ljiljani na zelenim proplancima, endemski zvončići na strmim stijenama, guste šume crnog bora te najrazličitije vrste leptira i ptica, tek su dio bogatog biljnog i životinjskog svijeta koji obitava na prostoru Parka. Šume pokrivaju dvije trećine površine Parka i odlikuje se bogatstvom biljnih zajednica, te je zabilježeno preko 4000 različitih životinjskih vrsta. Ovdje se susreću pojedine vrste koje su nestale na mnogim europskim područjima.²⁴

Slika 1: Prikaz krajolika.



Izvor: Službene stranice NP Paklenice.

²⁴ (Izvor: <http://www.rivijera-paklenica.hr/paklenica>).

4.2. Razvoj aktivnog turizma na primjeru NP Paklenica

U ovom dijelu rada promatrati će se na koji način je NP Paklenica osigurala veći broj posjetitelja i duže razdoblje u kojem je otvoren posjetiteljima u usporedbi s prošlim razdobljima.

Istražiti će se koje su prednosti prepoznate i na koji način su iskorištene kako bi se utvrdilo na koji način može prepoznati svoje snage i prednosti s ciljem poboljšanja proizvoda i usluga koje nudi posjetiteljima.

Na stranicama NP Paklenica može se pročitati da " zbog svoje jedinstvene prirodne osnove, izuzetnih geomorfoloških oblika i veličanstvenih šuma, prostor Velike i Male Paklenice već je 1949. g. Proglašen nacionalnim parkom.

Slika 2: Prikaz špilje u NP Paklenica.



Izvor: (Izvor: <http://www.rivijera-paklenica.hr/paklenica>).

Osnovni razlog proglašenja ovog prostora nacionalnim parkom bila je zaštita najviše očuvanog i najvećeg šumskog kompleksa na područja Dalmacije. Ime Paklenica

najvjerojatnije potječe od smole crnog bora, tzv. „pakline“, koju je lokalno stanovništvo koristilo u narodnoj medicini, za zacjeljivanje rana, zatim kao luč – za osvjetljenje te za premazivanje drvenih brodova. Nacionalni park Paklenica se prostire na površini od 95 km², na južnim obroncima Velebita, ispod najviših vrhova Vaganskog vrha (1757m) i Svetog brda (1753 m).²⁵

Obuhvaća područje bujičnih tokova Velike i Male Paklenice, odnosno njihove prepoznatljive kanjone okomito urezane u južne padine Velebita, te širi okolni prostor. Na relativno malom području susreće se iznimno bogatstvo geomorfoloških pojava i oblika, raznolik biljni i životinjski svijet, atraktivni krajolici i netaknuta priroda. Raznolikost živog svijeta je uvjetovana klimatskim karakteristikama ali i bogatom i raznolikom geološkom prošlosti. Prepoznatljiva obilježja Nacionalnog parka.

Paklenica je i poznato europsko penjačko središte. Penjalište se nalazi na samom ulazu u kanjon Velike paklenice gdje se stijene uzdižu i do 400m visine. Penjalište raspolaže s gotovo 400 penjačkih smjerova različitih težina i dužina, a najpoznatiji je Anića kuk . Sezona penjanja traje od ranog proljeća do kasne jeseni. Sve ljepote Paklenice moguće je doživjeti jedino pješaćenjem, a upravo tome služi 150 km uređenih pješćakih staza i putova. Posebnu draž ovom prostoru daje blizina obale koja omogućuje jedinstven doživljaj svih čari planine i mora na jednom mjestu. Paklenica su autohtone šume crnog bora, nekoliko tipova bukovih šuma, i duboki kanjoni s potocima – bujičnjacima Velika i Mala Paklenica. Širi prostor NP Paklenica odlikuje se i bogatom i raznolikom kulturnom baštinom.²⁶

²⁵ (Izvor: <http://www.rivijera-paklenica.hr/paklenica>).

²⁶ (Izvor: <http://www.rivijera-paklenica.hr/paklenica>).

4.3. Penjanje i druge aktivnosti NP Paklenice

Iz akcijskog plana NP Paklenica (2007.) može se iščitati da počeci alpinizma u Velikoj Paklenici sežu još u davnu 1938. godinu i pokušaj prvog penjanja na stijenu Anića kuka, kada je smrtno stradao Dragutin Brahm. To je razdoblje u kojem još nije postojala zaštita u okviru Nacionalnog parka. Dvije godine kasnije njegovi prijatelji nastavljaju isti uspon i uspješno ga prolaze te mu daju ime D. Brahma. Od 1940. do 1970. na Anića kuku je ispenjano nekoliko smjerova među kojima se i danas najčešće koriste Mosoraški, Klin i Karabore, a opremili su ih hrvatski alpinisti. Od 1970. do 1980., slovenski alpinisti dolaze u Nacionalni park Paklenicu i lagano preuzimaju inicijativu u postavljanju novih smjerova.

Slika 3: Prikaz broja gostiju tijekom razdoblja.

Godina	Broj posjetitelja
1996.	26 025
1997.	35 550
1998.	41 999
1999.	41 851
2000.	70 363
2001.	86 737
2002.	105 017
2003.	102 183
2004.	108 141
2005.	113 920
2006.	104 071
2007.	110 338
2008.	115 943
2009.	112 800
2010.	112 665
2011.	118 288
2012.	114 321
2013.	114 381
2014.	122 189

Izvor: Stranice NP Paklenica.

Prema podacima NP Paklenica imala je 2013. godine 114 381 posjetitelja te je u 2014. godini ostvarila rast od 6,8 % te završila godinu s 122 189 posjetitelja od čega je 35 36 % penjača. Godine 2007. donesen je akcijski plan koji osim raznih fokusiranja na prirodu i zaštitu iste pokazuje da je penjanje i pješaćenje prepoznato jer je dio plana usmjeren na ove dvije aktivnosti, sadrže podatke o tome da je NP Paklenica je najznačajniji hrvatski penjački centar, poznat i izvan granica Hrvatske.²⁷

Posebnu draž ovom penjalištu daje i blizina morske obale, pa je Paklenička rivijera idealno mjesto za kombinaciju penjanja i sportova na vodi. Danas na pakleničkom penjalištu, koje se odlikuje vapnenačkom građom, postoji oko 400 opremljenih i uređenih smjerova različitih težina i dužina (ocjene od 3 do 8b+), pa svaki penjač može pronaći ponešto za svoj užitak. Najveći broj kratkih sportskih smjerova nalazi se u Klancima, najužem dijelu kanjona Velike Paklenice, koji su zbog laganog pristupa pogodni i penjačima s malom djecom. Za penjanje u zimskim mjesecima posebno je zanimljiv i pogodan sektor Crljenica.

Najpoznatija stijena za penjanje u Paklenici je Anića kuk, u kojemu se nalaze i do 350 m dugi smjerovi različitog karaktera, od neopremljenih, preko tehničkih do modernih dugih sportskih smjerova.

Slika 4: Anića kuk



Izvor: <http://www.hps.hr>

²⁷ Interni dokument strategije razvoja NP Paklenica.

Penjačima su privlačni i brojni dugi smjerovi u stijenama Debelog kuka, Velikog Čuka, Kuka od Skradeline i Kukova ispod Vlake. Smjerovi u Paklenici svojom se opremljenošću međusobno dosta razlikuju. Stari smjerovi su opremljeni klinovima, dok su u novijim korišteni "spitovi". Glavna penjačka sezona u Paklenici počinje u proljeće i traje do kasno u jesen. Najveći broj penjača ovdje se okuplja oko 1. svibnja kada se održava tradicionalni Međunarodni susret penjača s cijelim nizom događanja i natjecanja. Penjačima je kao posebna pogodnost, osigurana mogućnost kupnje 3-dnevnih i 5-dnevnih ulaznica, te godišnje ulaznice u NP Paklenica. Javna ustanova NP Paklenica osigurava svakodnevno dežurstvo HGSS-a na penjalištu tijekom srpnja i kolovoza, te u terminima produženih vikenda u ostalim mjesecima (Uskrs, Praznik rada, Tijelovo, Duhovi, Dan državnosti RH i Svi Sveti).

Pojavom spitova za međuosiguranja, alpinizam kao takav slabi u odnosu na sportske penjače, pa danas ima manje od 10% alpinista u kanjonu Velike Paklenice. Do konca 2000. god. u Parku je postavljeno oko 300 smjerova, a u toj se godini na penjalištima penje preko 20.000 penjača ili gotovo 1/4 svih posjetitelja. 1998. godine Uprava Parka uvodi radno mjesto nadzornika penjanja. Dužnost ove osobe je nadgledati postavljanje i uređenje novih smjerova, nadgledati sigurnost i pregledavanje stanja postojećih smjerova te što je više moguće biti na raspolaganju penjačima savjetima ili kao pomoć u slučaju možebitnih nezgoda.

Zahvaljujući ovim nadzornicima, uspješno se provodila i zabrana penjanja u prostoru Debelog kuka, gdje su se tijekom dvije sezone, 1998. i 1999. god., gnijezdili bjeloglavi supovi. U 2005. godini u Parku je evidentirano oko 36.000 penjača tijekom cijele godine. Od 2002. godine uvode se i redovna dežurstva Gorske službe spašavanja (GSS-a) koja dežura u Klancima, na lokalitetu gdje se zadržava najveći broj penjača. U suradnji s tehničkom i nadzornom službom Javne ustanove Nacionalni park Paklenica, u slučaju nezgoda i padova provode se akcije spašavanja.

4.4. Perspektive aktivnosti unutar i izvan NP Paklenica

4.4.1. Unutar parka

Brdski biciklizam odnosi se na svaku vožnju naročito dizajniranim terenskim biciklom (brdski bicikl, mountain bike) izvan izgrađenih prometnih pravaca. To se ponajprije odnosi na brdske i šumske puteljke, ali i na urbana područja gdje god se zahtijeva vještina terenske vožnje (npr. niz stepenice, u parkovima). Popularnost ove relativno mlade grane biciklizma, kako u

rekreativnom, tako i u natjecateljskom smislu, u neprestanom je porastu, a sam brdski bicikl, zbog svoje robusnosti, udobnosti i praktičnog dizajna, sve više iz svakodnevne uporabe istiskuje druge vrste bicikala. Čak štoviše, velika većina korisnika uopće ne koristi brdski bicikl kao sportski rekvizit nego isključivo kao prijevozno sredstvo.

Zbog svoje namjene i to vožnji izvan asfaltnih cesta, geometrija okvira ovih bicikala bitno je različita od one na biciklu namijenjenom gradskoj vožnji i asfaltiranim stazama. Kako bi održali duh pokretača koji su sami modificirali svoje bicikle, na svim natjecanjima je zabranjeno pružanje vanjske pomoći natjecateljima. Za razliku od cestovnog biciklizma gdje je u slučaju kvara moguće zamijeniti određeni dio ili cijeli bicikl, u brdskom biciklizmu natjecatelj mora samo otkloniti kvar na biciklu.

Penjanje ili slobodno penjanje - sportsko penjanje je disciplina koja se razvila iz alpinizma, a karakterizira je slobodno svladavanje penjačkih smjerova bez korištenja tehničke opreme za napredovanje, već se oprema koristi za sprječavanje eventualnih padova. Za razliku od alpinizma smisao sportskog penjanja je savladavanje što težih detalja stijene "slobodnom tehnikom" bez obzira na visinu uspona. sportsko penjanje prakticira se na sportsko penjačkim smjerovima, karakterističnim prvenstveno svojom malom dužinom (8 - 30 metara) i unaprijed postavljenim sigurnim među osiguranjima, najčešće ekspanzivnim klinovima u malim razmacima, čime sportski smjerovi (kao i sportsko penjanje općenito) postaju daleko sigurniji u odnosu na klasične alpinističke smjerove.

Osnovna značajka slobodnog penjanja je što u njemu nije dozvoljeno korištenje opreme za napredovanje, već se koristi vlastita snaga i spretnost, a oprema služi isključivo za osiguravanje od padova. Termin 47 slobodno penjanje često se koristi misleći na sportsko penjanje ali za razliku od sportskog penjanja, slobodno penjanje zapravo nije zaseban sport, već opis načina na koji se savladao ili namjerava savladati alpinistički uspon, odnosno športski penjački smjer.

Pješačenje ili Planinarenje - Riječ je o mješavini pješačenja i planinarenja gdje se osobe kreću po samostalno izabranim ili unaprijed zadanim rutama koje traju jedan dan ili češće duže od toga te može uključivati i kampiranje na otvorenom. Kod ovog sporta bitno je kvalitetno pripremiti ruksak tako da sadrži potrebne stvari ali se pritom mora i paziti na težinu istog jer ga trekker ipak treba i nositi na leđima tijekom savladavanja rute. Trekker (Backpacker) uvijek mora biti spreman za teškoće , jer su nezgode i poteškoće moguće bez obzira bio on

iskusan ili ne. To su loše vremenske prilike, težak teren, opasni prijelazi preko vode, visine, opasne životinje, dehidracija, vrućine, hipotermija, visinske bolesti, bolest, umor, ozljede i itd.. Izoliranosti tura i lokacija može pogoršati svaki problem.

4.4.2. Izvan parka

Ribolov - Turistički ribolov obuhvaća obalni i brodski ribolov. U sportskom ribolovu se ulovljena riba pušta ili se može ponijeti dopušteni broj riba. 51 Biciklizam - Biciklizmom se smatra vožnja bicikla po uređenim prometnicama koje mogu biti unutar ili izvan destinacije koja se posjećuje. Vrlo su atraktivne biciklističke staze koje uz more povezuju više obalnih mjesta što omogućuje turistima da i na taj način uživaju u svom odmoru. Osim u parku biciklizmom se može i baviti i na ostatku izvan parka jer su mjesta dobro povezana magistralnom cestom te unutar pojedinih općina postoji veliki broj asfaltiranih ili betoniranih prometnica te makadamskih putova koji također mogu biti temelj za rast i razvoj biciklizma.

Postojeća mjesta na periferiji ipak nisu povezana biciklističkim stazama ali i samim znakovima na koji način doći biciklom iz jednog mjesta u drugi bez da se turisti izlažu opasnostima vožnje po magistrali te je to jedan od velikih problema ove destinacije.

Slika 5: Hike&Bike



Izvor: www.rivijera-paklenica.hr

Rafting - Rafting vrsta je sporta, obično na rijeci, gdje se grupa ljudi (između 4 i 10) spušta gumenim čamcem niz riječne brzace, s ciljem uzbuđenja, avanture i druženja. Rafting je, iako

spada u skupinu ekstremnih sportova te premda postoje međunarodna natjecanja, prvenstveno predstavlja vid sportske rekreacije. Svaki putnik u raftu ("rafter") opremljen je veslom, zaštitnim plutajućim prslukom i kacigom. Precizne upute daju se početnicima, obično turistima, kojih se oni moraju striktno pridržavati tijekom raftinga.

Škraping - Škraping je kombinacija penjanja, skakanja, trčanja, hodanja i snalaženja u prirodi. Ime škraping dolazi od riječi škrapa, koja označava pukotine u vapnenačkim stijenama koje su nastale uslijed djelovanja vode, a najčešće se nalaze uz morsku obalu, no naziv može biti i za oblike dublje u kopnu. Škraping je trekking utrka po oštrom kamenju i 53 gustom raslinju, spada u vrstu pustolovne utrke te se odvija na otoku Pašmanu. Škraping je vrlo zahtjevna disciplina, naporna je i traži veliki oprez, treba se uvlačiti u gudure, provlačiti kroz makiju, zaobilaziti ponore, svladavati oštre stijene, naći lokalne puteljke i sve to kroz najteže rute koje će im izabrati i označiti organizatori utrke.

Slika 6: Prikaz „Škrapinga“.



Izvor: www.adrenalin.hr

Kanjoning - Odnosi se na svladavanje prepreka krećući se kroz kanjone. Obuhvaća aktivnosti poput hodanja, trčanja, spuštanja uz planinarsku opremu ali i plivanja kroz rijeku. Iako se obično hoda niz kanjon često naziva kanjoning, u užem smislu ova aktivnost uključuje tehničko spuštanje, koje zahtijeva planinarsku opremu. Kanjoning često zahtijeva posebne vještine kao što su navigacija, traženje ruta i druge stvari vezane za putovanje kroz divljinu.

5. ZAKLJUČAK

Trenutni problem u turizmu je kratak rok trajanja turističke sezone te velika ovisnost o vremenskim prilikama. Dok druge destinacije razvijaju raznovrsne oblike turizma koji će obogatiti destinacijsku ponudu kako bi se premostile lošije vremenske prilike ili čak ih i iskoristile.

Aktivni turizam i razvijanje tog oblika turizma predstavlja snažan potencijal za daljnji razvoj turizma u NP Paklenica i ostvarenja sna svih organizacija i radnika u turizmu a to je produženje turističke sezone. Razvijanje aktivnosti od kojih veliki broj ne ovisi isključivo o visokim temperaturama i izostanku kiše kao što su prolazni gosti može i mora biti rješenje za taj veliki problem.

Specifičnosti tih aktivnosti ali i samog aktivnog turizma je da je otporniji na vremenske uvjete za razliku od drugih vrsta turizma te ponekad i zahtijeva lošije vremenske uvjete kako bi isporučio traženu dozu avanture. Osim toga razvijanje jednog takvog oblika turizma koji nema potrebu za estetskim uništavanjem okoliša.

Razvoju ove grane treba pristupiti na osmišljen i organiziran način. Osjetljivost turističke potražnje, prilagodljivost ponude, visoki fiksni troškovi zbog sezonskog poslovanja, sporost otplate sredstava uložениh u turističke kapacitete, porezne obveze i slično, traže stalno angažiranje i koordinaciju aktivnosti na državnoj razini.

LITERATURA

1. Bazala, A. - Istraživanja tržišta u funkciji udruženog rada, Progres, Zagreb, 1978.,
2. Bedeković V. , (2013.) - Selektivni vidovi i oblici kulturnog turizma
3. Čavlek, N. – Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011.,
4. Dulčić, A. – Upravljanjem razvoja turizma, Mate, Zagreb, 2001.,
5. Geić, S. – Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, Split, 2011.,
6. Marković, S. - Osnove turizma, Školska knjiga, Zagreb, 1970.,
7. Marković, S. - Ekonomika turizma, Školska knjiga, Zagreb, 1972.,
8. Križman Pavlović D., Marketing turističke destinacije. Pula, Zagreb : Sveučilište Jurja Dobrile, Odjel za ekonomiju i turizam "Dr. Mijo Mirković", 2008.
9. Kulenović Z. , Slišković M. , (2010.) - preuzeto s:
http://www.pfst.hr/uploads/MZIRprilog_Predavanju4.pdf
10. Kušen, E. (2001.) - Turizam i prostor , klasifikacija turističkih atrakcija
11. Luković T. , (2008.) - Selektivni turizam, hir ili znanstveno istraživačka potreba, „Acta turistica“
12. Petrić L. (2011.) - Upravljanje turističkom destinacijom
13. Schott C. , (2007.) - Selling Adventure Tourism: a Distribution Channels Perspective
14. Senečić J. , Kobašić A. (1989.) - Marketing u turizmu, Školska knjiga, Zagreb

Internet stranice:

www.adrenalin.hr

www.rivijera-paklenica.hr